

践行以竹代塑

拥抱竹意生活

5

丁慎毅
在传承竹文化中爱上竹
延伸篇

编者按

11月7日,国际竹藤组织成立二十五周年志庆暨第二届世界竹藤大会在北京举行。本届大会以“竹藤——基于自然的可持续发展解决方案”为主题,旨在推动竹藤产业健康发展、助力实现碳中和目标,探索竹藤发展新机遇,打造竹藤对话新平台。大会形成了“以竹代塑”倡议重要成果,对加强各方合作,推进“以竹代塑”行动,共建清洁美丽世界具有重要意义。

实践表明,寻找塑料替代品,是减少塑料使用、减轻塑料污染、从源头解决问题的有效途径。而竹子是可再生的绿色资源,一次栽培,永续利用,且生长速度快,是很好的代塑材料。尤其是,我国竹资源品种丰富、竹产品生产历史悠久、竹文化底蕴深厚;在一些主要竹产区,竹产业已成为地方经济支柱产业和农民主要收入来源。可见,“以竹代塑”在我国具有得天独厚的优势。

那么下一步,如何做好“竹产业”链升级,进一步推动“以竹代塑”走入人们的消费生活,让使用竹制品更深入人心呢?本期话题对此予以探讨。

中国是世界上最早认识、培育和利用竹子的国家,素有“竹子王国”之称。早期,人们对竹子的印象只是停留在实用的器物层面。随着人们对竹子的利用不断深化,竹文化不断发展,逐渐与中国人的精神世界相连,文人们为竹子赋予了丰富的内涵与品格,松、竹、梅被并称为“岁寒三友”,梅、兰、竹、菊被并称为“四君子”。最终,竹的品格逐渐成了中国人的精神气质的代表,也成为民族文化的象征。苏轼曾曰:“宁可食无肉,不可居无竹。”这不仅是因为竹子具有景观之美,还因为竹子与人的品格、禀赋及精神具有深刻的联系。

在今天推行“以竹代塑”,让人们更多地使用竹制品,首先要让人们爱上竹子。在人们追求更美好生活的背景下,消费中的体验感、社交感越来越重要。国人向来崇尚君子之风,梅、兰、竹、菊都是“君子”,人们欣赏竹子时,也是欣赏竹子的品格,同时也是欣赏正直不屈、坚韧不拔、清峻不阿、高风亮节等具有竹子品格的人。既然竹制品的消费可以“人格化”,就要通过弘扬传承竹文化,发展“竹文创”、“竹文旅”等产业,让人们更爱竹制品。

在文化传承和发展文创方面,各地可通过政策设计,让竹文化传承人围绕“守艺、传艺、创艺”,做足“竹”功夫、做好“竹”文章,比如创新竹玩具和竹装饰品等的制作,不仅可以致力于推广竹应用,还可让更多人了解竹文化。据报道,近年来一些竹文化传承人不断开拓思路,编出各类精美的仿古艺术作品,还用竹子做小飞机、直升机、飞禽走兽等,深得年轻人喜爱。推行“以竹代塑”,像这样为竹产业创造出可观的品牌附加值和文化附加值的例子,应该更多。

在“竹文旅”方面,竹资源丰富的地区,可大力发展以竹文化元素为主题的生态旅游和康养产业,打造一批富有竹文化底蕴的特色旅游目的地,让游客观竹景、品竹艺、赏竹文、住竹居、品竹食……从中深度接受竹文化的熏陶。

当然,让人们爱上竹子,还要注重在公共建筑上做好“竹”文章。比如,在城市公园与桥梁、会展中心、人行天桥、公交车站、公共厕所等地,加入竹元素,进而打造独特的城市形象。

有人预测,随着“以竹代塑”风起,“不可居无竹”的现代生活或将加快到来:早晨睁开眼睛,穿上舒适的竹纤维衣服,用竹牙刷刷牙,品尝装在竹制餐盘里的早餐,挎起竹藤编织的挎包,公交车的内饰是竹制品,单位里有一片美丽的竹林,办公室里摆放的是竹藤椅子,用上“竹键盘”“竹鼠标”……这样的“竹意生活”真是无比惬意!

行“以竹代塑”时,要有针对性地研发产品,对标塑料制品的典型特征,把竹制品的优势发挥出来,依靠价格和质量来赢得市场,让消费者用得起、喜欢用,这样才能实现“替代”目标。

需要注意的是,企业和消费者有很强的消费惯性,注重性价比,既要价格便宜,又要产品好用,才会下决心替换。所以竹企要充分了解市场需求,有针对性地开发竹制品。比如一次性塑料吸管的需求量很大,如果改用竹子做吸管,企业就要在保证好用的前提下,通过规模化经营降低生产成本,令其具有足够的市场竞争力,吸引企业批量采购。

当然,各类生产企业也应主动使用竹材料或竹制品代替塑料,比如在商品外包装上多采用兼具实用和美观的竹制品,这也是从侧面对消费者使用习惯进行了一定的引导。

综合来看,“以竹代塑”是一条可行之路,但替换期相对较长,不可能一蹴而就,政府和企业都要有足够的耐心,树立长远发展目标,制定中长期发展战略规划,以政策引导、市场主导、创新驱动为原则,稳步推进“以竹代塑”分阶段达成目标。

而,有必要通过降低竹制品的生产成本来降低消费成本。

据专家分析,当前导致“以竹代塑”产品成本较高的问题根源,在于技术还不够成熟,生产还没有大批量、规模化,更何况,目前我国从事竹产品生产、加工的企业,绝大多数是中小微企业,综合实力和抗风险能力较弱,质量效益不高,资源利用不充分,政策保障不到位,创新能力不强,它们迫切需要各地加大政策和资金扶持力度,协助企业开展融资和技术攻关,使竹制品的生产技术成熟起来、规模化生产做起来,生产成本才能降下来,市场占有率也才会高起来。

此外,党政机关、事业单位、国有企业应倡导在办公用品和室外景观公共建设项目上尽量使用竹制品。在此基础上,各地要挖掘巨大的竹制品消费需求,将“以竹代塑”最大范围地覆盖到不同层次的消费人群。

总之,践行“以竹代塑”,呵护生态文明,是每个人、每个家庭、每个单位的社会责任,都应该从点点滴滴做起,成为“以竹代塑”的践行者,为减少塑料污染、建设美丽家园作贡献。

“以竹代塑”也起到了推动作用。

不断创新竹制品及“以竹代塑”消费观的宣传方式。为进一步促进广泛使用竹制品,竹产区、竹风景区和竹制品生产加工企业以及政府相关部门,要在宣传竹制品及“以竹代塑”消费观等方面,瞄准时机,抓住重点,加大投入,扩大宣传渠道,丰富宣传方式。比如,竹产区要多举办展会展销活动,或到各地参加展会展销活动,推介特色产品和知名品牌;开展竹制品有奖征文,开展竹风景区和竹制品生产加工企业广告语有奖征集活动;开展竹制品创意征集和竹制品加工比赛活动等。要通过线上、线下方式,充分运用各类媒体平台,加大宣传力度,扩展宣传广度,引导消费观念转变,提高竹制品的市场认可度。

通过宣传为“以竹代塑”添一把“火”,可进一步为社会作出重要的消费导向。

生产篇 将竹制品市场做大做强

江德斌

推行“以竹代塑”,大力生产竹制品是首要的环节。

我国有生产、消费竹制品的悠久传统,各种产品在民间广泛使用,比如竹筷、竹篮、竹窗、竹楼等。我国可借助与国际竹藤组织在全球深化“以竹代塑”合作的契机,激发国内企业加快创新步伐,进一步拓宽竹制品的生产领域,不断提高竹制品的市场占有率。

目前,在我国,经过一些企业持续多年的市场开发,竹子已应用于建筑、装饰、家具、造纸、包装、工艺品、一次性产品等领域,深受消费者信任,市场基础良好。因此,各地可以因地制宜,制定不可降解塑料制品的退出时间表,发布竹产业发展规划,出台优惠福利政策,给予竹制品生产企业一定的税费减

免。通过经济杠杆,引导和鼓励企业创新研发,专心立足竹产业,将竹制品市场做大做强,积极推动“以竹代塑”。

竹制品生产与行业发展需要有“龙头效应”,发挥行业示范带头作用。随着“以竹代塑”的不断推进,行业将迎来非常大的发展机遇,市场空间扩大,对竹制品生产企业来讲,是一次难得的壮大机遇。因此,竹制品生产企业应把握良机,用好政府给的各项支持政策,通过多种途径实现企业跨越式发展,迅速成长为行业龙头企业,形成明显的集聚和带动效应,带动产业链上下游企业一起发展。

企业生产的竹制品,也要追求让消费者用得着。众所周知,塑料制品具有价廉、轻便、使用范围广、实用性强等优势,因此在推

消费篇 降低竹制品的消费成本

孔德淇

“看上去轻薄,摸上去柔软,却能装下十多斤菜,韧性十足。”“就比普通的塑料袋贵1毛钱,就当用在环保上了,很值!”最近,一家媒体报道了当地居民在农副产品交易市场买菜,头一次使用竹纤维全生物可降解购物袋装菜的情景。这样的情景,应成为寻常一景。

相比于生活中无处不在的塑料制品,竹制品属于“后起之秀”,很多人并未形成消费习惯。倡导人们转变消费观念,不断增强环保、生态意识,减少消费塑料制品,自觉拥抱“竹意生活”,是当下要着力推动的工作。

消费习惯的养成不是一蹴而就的,首先,应依靠相关政策、推广活动等循循善诱。近期,一些地方开始积极举办展销活动,建立

健全竹制品销售平台,推广竹吸管、竹收纳盒等生活用品,推动竹制品进办公场所、住宿餐饮、生活服务、重点产业配套等领域,以引导更多百姓在这方面迈出实质步伐。

其次,要降低消费者的使用成本。据报道,目前人们对塑料制品的消费习惯之所以没有得到根本改变,除了竹制品种类少,难以广泛替代塑料制品这个原因以外,还有一个重要因素——“以竹代塑”产品的成本高,也就是使用成本高。因此,无论是单位还是个人消费,更青睐成本低廉的塑料制品。实际上,消费者在心理上是支持绿色低碳生活的,只是价格机制的作用要发挥到位,才能引导消费者改变消费习惯。故

宣传篇 为“以竹代塑”添一把“火”

卞广春

自古以来,竹子被赋予许多美好寓意,常被诗人雅士所歌咏。李白的“竹色溪下绿,荷花镜里香”,王维的“绿竹含新粉,红莲落故衣”,郑板桥的“新竹高于旧竹枝,全凭老干为扶持”,杨万里的“竹深树密虫鸣处,时有微凉不是风”,苏轼的“林断山明竹隐墙,乱蝉衰草小池塘”等,都给人们营造了良好的意境,让人们读后印象深刻。

发挥竹子在代替塑料产品方面的突出优势和作用,推动“以竹代塑”走入平民百姓的

生活,需要设计制作更多美观、精致、耐用的竹制品,更要借古喻今,重视和加大宣传力度,让“以竹代塑”的环保理念深入人心。

竹产区、风景区和竹制品生产加工企业等要身先士卒,做好竹制品、竹消费的宣传。据报道,在有的竹产区,不仅建设了竹交易中心、竹产品园区,还打造了竹林示范基地、竹特色小镇,以竹为特色的乡村振兴示范点、示范片已成为一道道亮丽的风景,依托竹资源开展的竹文化、旅游、康养等活动,对

1

余明辉
减少塑料污染迫在眉睫
原因篇

推动“以竹代塑”,既是我国治理塑料污染转型的机遇期,也是推动我国竹产业大发展的机遇期。

塑料污染是世界性难题。这些年来,已有许多国家包括我国在内,相继出台“限塑”“禁塑”的规章制度,我国明确提出有序禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用。与此同时,各国也纷纷在寻找塑料替代品方面,探索不同的技术解决方案。

在寻找塑料替代品的过程中,不少国家认识到,竹子作为绿色、低碳、可自然降解的生物质材料,与其他生物质材料相比,可直接替代部分不可生物降解的塑料制品,在应对塑料污染、气候变化等一系列全球挑战中可以发挥独特作用。

更关键的是,竹子是可再生的绿色资源,且生长速度快、经营成本低、固碳能力强,不仅具有涵养水源、保持水土、调节气候、净化空气等生态价值,还可依靠科技创新,培育、设计、制造出先进、环保的新材料,为人类提供物美价廉、低碳环保的建筑建材、家具家装和日用生活产品。

我国在“以竹代塑”方面有着得天独厚的优势。第一,我国竹资源丰富。据报道,我国是世界上竹资源最丰富、竹产业规模最大的国家,竹林地面积701.97万公顷,“以竹代塑”潜力巨大、大有可为。第二,在我国一些主要竹产区,竹产业已成为地方经济支柱产业和农民主要收入来源,加快发展竹产业,可进一步让竹产区的资源优势变为经济优势;第三,配套政策到位。2021年11月,国家林业和草原局等十部门出台了《关于加快推进竹产业创新发展的意见》,其中提出:大力保护和培育优质竹林资源,构建完备的现代竹产业体系,构筑美丽乡村竹林风景线;到2025年全国竹产业总产值突破7000亿元;到2035年,全国竹产业总产值超过1万亿元,现代竹产业体系更加完善,美丽乡村竹林风景线基本建成,主要竹产品进入全球价值链高端,我国成为世界竹产业强国。这为我国竹产业快速发展擘画了美好蓝图。

减少塑料污染,迫在眉睫。期待国内有关地方、有关方面迅速行动,通过产业、人才、资本、项目、市场的多项赋能,税收、财政相关政策、区域基础设施建设等各个领域的统筹规划,强力拓宽“以竹代塑”这一产业的市场空间,夯实、拉伸、固化“以竹代塑”产业链,从而实现这一产业高速发展。从弱到强、从中国到世界,推动“以竹代塑”,会让我们的生活方式更加绿色,让发展方式更加低碳。

